

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Haji merupakan rukun islam yang ke lima. Secara bahasa, haji berarti menyengaja untuk mengunjungi. Sedangkan secara istilah, haji berarti pergi ke baitullah (ka'bah) untuk melaksanakan ibadah yang telah diperintahkan allah SWT. Haji diwajibkan atas semua kaum muslim yang mampu satu kali seumur hidup dan apabila lebih dari satu kali maka hukumnya menjadi sunnah. Riwayat Bukhari nomor 8 dan Muslim no 16 menyebutkan bahwa haji adalah rukun islam dan wajib bagi umat islam.

Semakin berkembangnya era globalisasi semakin berkembang pula semua aktivitas manusia termasuk mengembangkan pelayanan kegiatan. Aktivitas ibadah haji selalu saja mengalami peningkatan terus menerus, dari tahun ke tahun. Indonesia menjadi salah satu negara yang juga mengirimkan banyak jamaah haji setiap tahun dari berbagai kota di Indonesia. Semua pihak penyelenggara terlibat, mulai dari pemasaran, perkembangan, transportasi hingga catering. Selain semuanya harus mengalami kemajuan serta perubahan dari tahun ke tahun.

Bauran pemasaran, bauran pemasaran (marketing mix) merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasaran di pasar sasaran.¹

Untuk terlaksananya ibadah haji yang nyaman, lancar dan tertib diperlukan adanya pemasaran jasa yang meliputi produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, bukti fisik, terhadap jamaah agar terlaksananya penyelenggaraan pemasaran catering jamaah haji yang efisien dan efektif sehingga ada rasa puas yang dirasakan oleh jamaah haji.

Catering didefinisikan sebagai salah satu jasa di bidang makanan yang sudah jadi diantar langsung ke tempat pemesanan pada suatu acara. Catering biasanya dibutuhkan pada berbagai acara seperti pesta pernikahan, seminar, acara keagamaan, ulang tahun, dan sebagainya. Kegiatan-kegiatan tersebut, biasanya pihak penyelenggara menyewa jasa catering untuk menyiapkan makanan sesuai dengan kebutuhan.²

Jamaah haji merupakan semua warga negara yang telah mendapatkan diri mereka untuk menunaikan ibadah haji sesuai dengan persyaratan yang telah dilakukan. Itu artinya

¹ Firman Yulianto, "Analisis Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Pertimbangan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah di Kota Medan," vol 13, hal.538.

² Rifani. *Sistem Informasi Pemesanan Makanan Berbasis web di Deneira*.(2015).

jamaah haji telah melalui berbagai administrasi yang telah disepakati dan juga telah dijamin dalam hal apapun baik transportasi maupun makanan. Melalui beberapa proses yang telah dilakukan oleh jamaah haji untuk berangkat ke tanah suci, barang tentu apa yang telah mereka lakukan harus terbayar sesuai dengan apa yang mereka lakukan. Apalagi soal makanan (katering) yang nantinya akan diberikan oleh pihak penyelenggara haji. Tentu, makanan yang diberikan kepada jamaah haruslah makanan yang higienis, bergizi, dan sehat serta tidak mudah basi. Dalam pelayanan pembagian makanan/ katering untuk jamaah haruslah tepat waktu, cepat, agar jamaah tidak kelaparan dan menunggu lama.

Berdasarkan penjelasan di atas maka pokok dari permasalahan dalam penelitian ini adalah “Analisis Bauran pemasaran Jasa (*service marketing mix*) Katering Jamaah Haji di Kementerian Agama Bengkulu Utara”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Analisis Bauran Pemasaran Jasa (*Service Marketing Mix*) Katering Jamaah Haji di Asrama Haji Provinsi Bengkulu”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana proses pelaksanaan Bauran Pemasaran Jasa Katering yang diberikan penyedia katering terhadap Jamaah Haji di Asrama Haji Provinsi Bengkulu Tahun 1444 H/2022 M?

2. Apa saja faktor penghambat Pemasaran Jasa Katering Jamaah Haji di Asrama Haji Provinsi Bengkulu Tahun 1444 H/2022 M?
3. Bagaimana Tindakan pihak penyedia katering terhadap permasalahan-permasalahan Pemasaran Jasa Katering Jamaah Haji di Asrama Haji Provinsi Bengkulu 1444 H/2022 M?

C. Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui proses Pelaksanaan Bauran Pemasaran Jasa Katering yang diberikan penyedia katering terhadap Jamaah haji di Asrama Haji Provinsi Bengkulu Tahun 1444 H/2022 M.
- 2) Untuk mengetahui faktor-faktor penghambat Pemasaran Jasa Katering Jamaah Haji di Asrama Haji Provinsi Bengkulu tahun 1444 H/2022 M.
- 3) Untuk mengetahui tindakan yang diberikan pihak penyedia katering terhadap permasalahan-permasalahan Pemasaran Jasa Katering Jamaah Haji di Asrama Haji Provinsi Bengkulu 1444 H/2022 M.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

- a. Penelitian ini berguna untuk tambahan referensi terkait dengan analisis bauran pemasaran jasa (service marketing mix) catering jamaah haji di asrama haji provinsi Bengkulu sehingga menjadi rujukan nantinya jika ada yang melakukan penelitian serupa.
- b. Memperkaya khasanah ilmu manajemen haji dan umrah, khususnya yang berhubungan dengan analisis bauran pemasaran jasa (service marketing mix) catering jamaah haji di asrama haji provinsi Bengkulu ataupun terkait dengan penyelenggaraan ibadah haji yang ada di asrama haji provinsi Bengkulu.
- c. Sebagai bahan bacaan Jurusan Manajemen Haji Dan Umrah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

2. Manfaat praktis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pengkaji dan pembelajaran pada Jurusan Manajemen Haji Dan Umrah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk menerapkan analisis bauran pemasaran jasa (service marketing mix) catering jamaah haji khususnya di asrama haji provinsi

Bengkulu sebagai penyelenggara ibadah haji dan umrah.

E. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian Muhammad Yusuf Sayudi

Analisis strategi bauran pemasaran haji dan umrah pada PT.NRATOUR&TRAVEL Jakarta Selatan, dalam penelitian ini fokus permasalahannya yaitu strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan paket haji dan umrah.³ Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas persoalan-persoalan mengenai pemasaran (marketing) dalam haji, sedangkan perbedaan penelitian ini dengan yang diteliti oleh peneliti adalah penelitian ini hanya berfokus kepada cara meningkatkan penjualan paket produk haji dan umrah dengan menggunakan strategi bauran pemasaran.

2. Penelitian Muhamad Fadlil Hidayat

Problematika pelayanan akomodasi dan konsumsi jamaah haji di asrama embarkasi Jakarta. Dalam penelitian ini fokus permasalahannya adalah mengenai penyelenggaraan haji di pelayanan akomodasi dan konsumsi. Yang mana tujuan penelitian ini untuk mengetahui permasalahan-permasalahan yang terjadi di lapangan. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang penyelenggaraan ibadah haji di

³ Muhammad Yusuf Sayudi, "Analisis Strategi Bauran Pemasaran Haji & Umrah Pada PT.NRATOUR & Travel Jakarta Selatan" (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2013).

bidang konsumsi dalam hal ini peneliti juga mengangkat judul tentang catering yang mana hampir sama dengan apa yang dibahas dalam penelitian tersebut. Adapun perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang diteliti oleh peneliti adalah penelitian ini fokus kepada pelayanan akomodasi dan konsumsi jamaah haji, sedangkan penelitian ini berfokus kepada menganalisis bauran pemasaran jasa catering jamaah haji.

3. Strategi bauran pemasaran PT. Zafira Mitra

Madinah Jakarta dalam meningkatkan jumlah jamaah umrah. Pada penelitian ini fokus penelitiannya adalah strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan jamaah umrah. Karena banyak berita diluar sana mengenai travel-travel yang tidak resmi yang kemudian mengakibatkan kurangnya kepercayaan calon jamaah terhadap travel yang menangani haji dan umrah. Maksud dan tujuan penelitian tersebut dilakukan adalah ingin mendalami ketentuan atau kebijakan pemerintah terhadap travel-travel yang abal-abal, karena perusahaan tersebut menerapkan manajemen yang berorientasi. Adapun persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang bauran pemasaran di bidang haji. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian tersebut fokus pembahasannya adalah strategi pemasaran dalam

meningkatkan jamaah haji. Sedangkan penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bauran pemasaran jasa katering jamaah haji saja.

4. Penelitian Irabela dkk

Analisis strategi bauran pemasaran usaha jasa boga pada katering infood21 pontianak. Jurnal ini membahas tentang strategi pemasaran jasa yang mana fokus penelitian ini adalah efektifitas dari pemasaran yang dilakukan usaha jasa boga katering infood21 pontianak. Strategi pemasaran yang dilakukan katering infood21 adalah:

- 1) Produk, dari segi produk, semua indikatornya menunjukkan hal yang baik, karakteristik, cita rasa rumahan, dari awal usaha dirintis sampai saat ini.
- 2) Harga, dari keterjangkauan, bahan makanan yang dibeli penjual langsung dari agennya berpengaruh secara langsung dengan harga jual produk makanan katering infood21 pontianak.
- 3) Orang, dari segi attitude (sikap) SDM dalam bekerja, tergolong baik berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti yaitu owner dan 2 karyawannya.
- 4) Promosi, dilakukan secara berkala atau terjadwal, hal ini dapat menjadi indikasi bahwa hal ini tidak tersistem dengan baik, namun dari segi frekuensi promosi

tergolong sering dilakukan menyesuaikan orderan konsumen.

Efektifitas strategi pemasaran terhadap jumlah pelanggan dan pendapatan catering Infood21 pontianak, strategi yang diberlakukan saat sekarang ini telah menunjukkan progress atau peningkatan yang baik dari jumlah pelanggan atau pendapatan. Adapun informasi yang ditekankan oleh pihak infood21 yang kemudian disajikan peneliti dalam penelitian ini merupakan informasi saat situasi normal tanpa pandemi untuk mengukur efektifitas strategi pemasaran terhadap jumlah pelanggan.

Persamaan penelitian pada jurnal tersebut dengan kajian yang akan dilakukan penulis sama-sama meneliti tentang Bauran Pemasaran Katering. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitian yaitu tentang strategi pemasaran dan efektivitas strategi pemasaran.⁴

5. Penelitian Fazrul Fikri Febrina

Startegi Bauran Pemasaran Produk Umrah Dalam Menghadapi Fluktasi Nilai Tukar Rupiah Pada PT. Dua Ribu Wisata Jakarta Pusat. Dari hasil penelitian ini,

⁴ Irabela Irabela, Maria Ulfah, dan Achmadi Achmadi, "Analisis Strategi Bauran Pemasaran Usaha Jasa Boga Pada Katering Infood21Pontianak," *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 11.3 (2022) <<https://doi.org/10.26418/jppk.v11i3.53719>>.

Penelitian ini berfokus kepada strategi yang mana meliputi 4 elemen pemasaran yaitu produk, harga, lokasi atau tempat, dan promosi.⁵

- 1) Produk, merupakan keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai manfaat kepada konsumen. Hal terpenting dalam produk adalah konsumen, tidak hanya membeli fisik dari produk itu saja tapi membeli benefit dan value dari produk tersebut.
- 2) Harga, secara sederhana harga adalah nilai yang dinyatakan dalam satuan mata uang. Harga juga dapat merupakan penentu bagi permintaan dasar. Dalam menentukan harga, manajemen harus menentukan harga dasar yang tepat bagi produknya.
- 3) Lokasi/tempat, dalam penelitian ini mereka menggunakan tiga jenis interaksi antara penyedia produk dan konsumen yaitu, konsumen mendatangi penyedia, penyedia produk mendatangi konsumen, penyedia produk tidak bertemu secara langsung.
- 4) Promosi, promosi yang dilakukan yaitu melalui iklan, penjualan perorangan, promosi penjualan (sales),

⁵ Fazrul Fikri Febrina, “Strategi Bauran Pemasaran Produk Umrah Dalam Menghadapi Fluktasi Nilai Tukar Rupiah Pada PT. DUA RIBU Wisata Jakarta Pusat” (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2019).

hubungan dengan masyarakat, informasi dari mulut ke mulut.

Persamaan penelitian skripsi ini dengan kajian yang akan diteliti penulis yaitu sama-sama berfokus kepada Bauran Pemasaran. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian ini membahas tentang produk Umrah dalam menghadapi fluktuasi nilai tukar rupiah.

F. Metode penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Penelitian dalam bahasa Inggris disebut juga dengan *Research*. Jika dilihat dari susunan katanya terdiri atas dua suku kata, yaitu *re* Yang berarti melakukan kembali atau pengulangan dan *search*, yang berarti melihat, mengamati atau mencari. sehingga dapat diartikan sebagai rangkaian kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan pemahaman baru yang lebih detail lebih kompleks dan komprehensif dari objek yang diteliti. penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.⁶

⁶ “Pengertian Metodologi Kualitatif,” in *Metodologi Penelitian Kualitatif*, ed. oleh Ella Deffi Lestari (Sukabumi, Jawa Barat: CV Jejak), hal 7.

1. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Proses kerja dalam penelitian kualitatif adalah konseptualisasi, kategorisasi, dan deskripsi dikembangkan atas dasar “kejadian” yang diperoleh ketika kegiatan lapangan berlangsung. Antara kegiatan pengumpulan data dan analisis data tidak mungkin dapat dipisahkan. Proses keduanya berlangsung secara simultan, berbentuk siklus dan interaktif, bukan liner.⁷ Penelitian kualitatif bersifat deskriptif adalah mendeskripsikan suatu objek fenomena atau setting sosial yang akan dituangkan dalam tulisan yang bersifat naratif. arti dalam penulisannya berisi tentang data, fakta, Gambar dalam penulisan laporan penelitian kualitatif berisi kutipan kutipan data yang diungkap di lapangan yang mana untuk menunjukkan dukungan terhadap laporan yang disajikan.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu yang diperlukan dari proses wawancara sampai akhir penelitian ini adalah 1(satu) bulan. Lokasi penelitian di asrama haji provinsi bengkulu yang beralamatkan di .Penelitian selanjutnya diarahkan ke

⁷ Ahmad Rijali, “Analisis Data Kualitatif,” *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17.33 (2019), 81

Katering Maya Sari yang beralamatkan di Jl. Letkol Santoso no. 17 Bengkulu.

3. Informan Penelitian

Informan adalah orang-orang yang dapat memberikan informasi. Informan penelitian adalah baik orang, benda atau Lembaga, yang sifat keadannya diteliti. Dalam penelitian kualitatif disebut dengan informan karena bersifat memberikan informasi secara mendalam tentang informasi yang dibutuhkan.⁸ Adapun informan tersebut , antara lain yaitu:

- a. Karyawan Katering Maya Sari
- b. Panitia penyelenggara ibadah haji di Asrama Haji
- c. Jamah haji kementerian agama kota Bengkulu tahun 2022/1444 H

4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1) Sumber Primer

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, yaitu dengan observasi, dokumentasi, dan melakukan wawancara (interview) dengan beberapa informan unuk mendapatkan data primer tersebut.

a. Observasi

Observasi merupakan salah satu dasar fundamental dari semua metode pengumpulan data

⁸ Azharsyah Ibrahim, *Metodelogi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam*, ed. oleh Arinal Rahmawati, Cetakan I (Banda Aceh: AR-Raniry Press,2021).

dalam penelitian kualitatif, khususnya menyangkut ilmu- ilmu sosial dan perilaku manusia. Observasi juga sebagai aktivitas mencatat suatu gejala atau fenomena-fenomena dengan menggunakan instrumen dan merekamnya dengan tujuan ilmiah atau untuk tujuan lainya. Observasi juga bertujuan untuk melakukan pemilihan, perubahan, pencatatan, dan pengkodean serangkaian perilaku dan suasana.⁹ Ada beberapa macam metode observasi, yaitu observasi partisipasi (*participant*), observasi non-partisipasi (*non-participant*), observasi langsung (*direct observation*), dan observasi naturalistik (*naturalistic observation*).

Dalam penelitian ini kami menggunakan teknik observasi non-partisipasi (*non-participant*). Observasi non partisipasi adalah metode penelitian yang relative tidak mengganggu komunitas yang diteliti karena observasi dilakukan namun tanpa interaksi langsung dengan partisipan.¹²

Pengamatan yang kami lakukan bisa melalui setting penelitian yaitu pengamatan dg menggunakan media foto, atau video.

b. Wawancara

⁹ Hasyim Hasanah, "Teknik-Teknik Observasi," 8.1 (2017), 21 <<https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>>.

Pada penelitian kualitatif, teknik wawancara yang digunakan memiliki sedikit perbedaan dengan wawancara lainnya seperti wawancara pada penerimaan pegawai baru, mahasiswa baru dan bahkan pada penelitian kuantitatif. Wawancara pada penelitian kualitatif merupakan pembicaraan yang mempunyai tujuan dan didahului dengan pertanyaan yang informal. Wawancara yang dilakukan tidak sekedar percakapan yang informal ke formal saja bisa jadi sebaliknya, dan percakapan yang dilakukan memiliki aturan-aturan yang ketat. Tujuan dari wawancara dilakukan adalah untuk mendapatkan informasi-informasi yang cenderung mengarahkan pada informasi yang bersifat perasaan, persepsi, dan pemikiran partisipan itu sendiri.¹⁰ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis wawancara yang terstruktur, artinya peneliti sudah menyiapkan pertanyaan dan responden hanya tinggal menjawab sesuai dengan pertanyaannya.

c. Dokumentasi

¹⁰ Marcos Moshinsky, "Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara Imami Nur Rachmawati Abstrak," *Nucl. Phys.*, 13.1 (1959), 104–16.

Dokumen adalah pengumpulan data berbentuk audio, video (audio dan visual), dan komunikasi visual. Komunikasi visual menggunakan bahasa visual, dengan unsur dasar. Bahasa visual menjadi kekuatan utama dalam penyampaian pesan.¹¹ Adapun dalam penelitian ini, peneliti menggunakan media bantu seperti kamera, hp, sebagai alat bantu dalam proses pengumpulan data bentuk dokumentasi.

2) Sumber Sekunder

Data sekunder adalah yang dikumpulkan dari tangan kedua atau sumber-sumber lain yang tersedia sebelum penelitian dilakukan. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dengan cara untuk mengumpulkan data dengan menggunakan dan mempelajari literatur buku-buku kepustakaan yang ada untuk mencari konsepsi- konsepsi dan teori-teori yang berkaitan erat dengan permasalahan. Studi kepustakaan bersumber dari pada laporan-laporan, skripsi, buku, surat kabar dan dokumen-dokumen, web, dan lain-lain, yang berkaitan erat dengan permasalahan yang diteliti.

¹¹ Sujud Puji Nur Rahmat, "Transformasi Dokumen Komunikasi Visual Sampul Buku Digital Dalam Metode Penelitian Kualitatif Perspektif Sosial Budaya Bidang Desain Komunikasi Visual," *Gorga : Jurnal Seni Rupa*, 10.1 (2021), 172 <<https://doi.org/10.24114/gr.v10i1.25272>>.

5. Teknik Analisis Data

Pada studi kasus ini penelitian terhadap suatu fakta yang ditemukan di lapangan untuk belajar mengenai latar belakang, bagaimana kondisi serta interaksi yang ada. Dilakukan saat suatu program, kegiatan ada di suatu keadaan tertentu. Penelitian dengan menggunakan studi kasus dilakukan jika peneliti merasa dalam sebuah fenomena ada kasus yang berefek besar pada kehidupan masyarakat dan perlu untuk dicari solusinya. Biasanya penelitian studi kasus dilakukan dengan didasari pada kasus yang fenomenal.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Studi Kasus (*Case Studies*). Studi kasus sebagai suatu penelitian satu/beberapa kasus dengan menggali informasi dari beberapa sumber. Dalam metode penelitian ini sangat cocok digunakan saat seorang peneliti ingin mengungkapkan sesuatu dengan bertolak pada pertanyaan “*How*” atau “*Why*”. Dilihat dari sudut kegunaannya, studi kasus dapat dipakai untuk penelitian kebijakan, ilmu politik, dan administrasi umum, Pendidikan, psikologi, dan sosiologi, studi organisasi dan manajemen, lingkungan dan agama, dan sebagainya. Dari pengertian menurut beberapa ahli tentang teknik analisis data study kasus ,

maka peneliti menggunakan teknik analisis data study kasus dalam Menyusun hasil penelitian ini.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam tugas akhir ini, disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, metode penelitian, sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN TEORI

Bab ini berisi kajian teori, Pengertian Haji, rukun, sunah, wajib haji, larangan haji, Makna Haji, Pengertian Bauran Pemasaran (*service marketing mix*), Pengertian jasa, Sistem Penyampaian Jasa, Jenis-jenis jasa, Pengertian Katering.

BAB III GAMBARAN UMUM DAN LOKASI PENELITIAN

Bab ini berisi sejarah Bidang Penyelenggaran Haji Dan Wakaf, Gambaran Umum Asrama Haji Padang Kemiling, Struktur Organisasi Asrama Haji Provinsi Bengkulu, Visi, Misi, Dan Program Kerja.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil dan pembahasan penelitian terkait dengan Analisis Bauran Pemasaran Jasa Service Marketing Mix Jamaah Haji di Asrama Haji Provinsi Bengkulu.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian penutup yaitu akhir dalam penelitian skripsi, bagian ini memuat kesimpulan dan saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini.

